

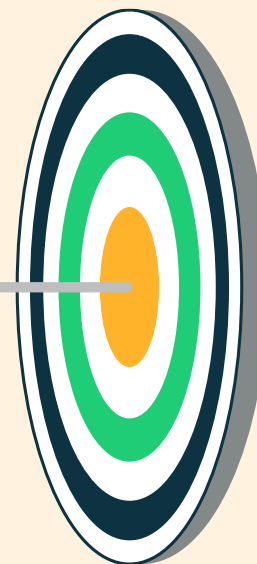
Stap voor stap gezonder leven met diabetes*

Resultaten ontwikkelvouchers

*voorheen: Je eigen kracht bij leefstijlvragen

1: Doel en doelgroep van het project

Doel: Online modules ontwikkelen en opleveren op het gebied van voeding en beweging



Doelgroep: De brede achterban van Diabetesvereniging Nederland, dat wil zeggen alle mensen met alle vormen van diabetes en hun naasten.

Leefstijlfactoren:



Voeding



Bewegen

Contact

Iris van Werven

i.van.werven@dvn.nl

2: Wat is het resultaat?

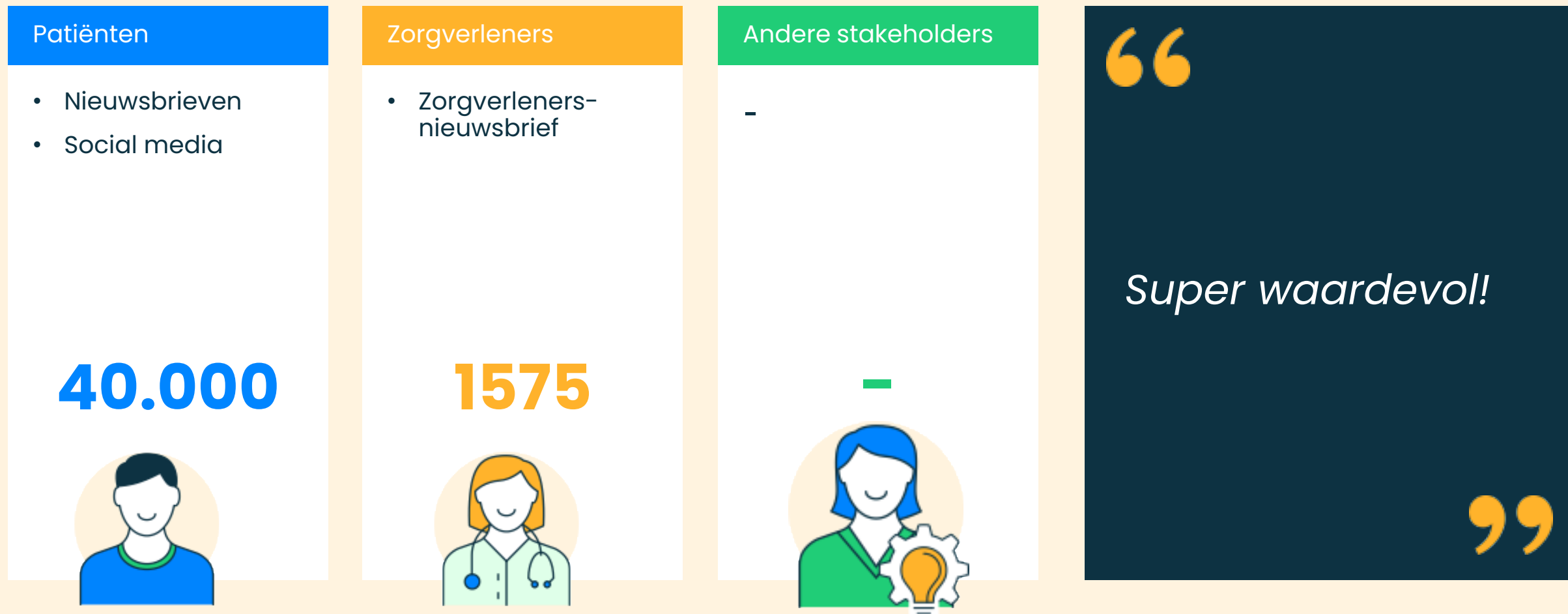


Eindproduct(en)

E-learning gezonde
voeding

E-learning beweging

3: Wat is het bereik?



4: Samenwerking met de doelgroep

Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



In testfase /
co-creatie
(tijdens
ontwikkeling)

8

Gehanteerde methoden

- Werving richting vrijwilligers en achterban, en via vrijwilligers die werken met een diverse doelgroep
- Methode van co-creatie/testen: meelezen met verschillende conceptversies, en testen online module, feedback geven

Belangrijkste inzichten

- Diabetesjargon uitleggen
- De vormgeving wordt als zeer prettig ervaren.
- Actieplan online invullen niet voor iedereen makkelijk; het advies toegevoegd om met pen en papier te doen.

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- ☒ Kenniscentra:  
- ☒ Leefstijladvies in medische richtlijn [Voedingsrichtlijn diabetes](#)
- ☐ Wetenschappelijke artikelen
- ☐ Betrokken experts
- ☒ Patiëntervaringen
- ☐ Andere, namelijk

Belangrijkste inzichten

Kleine stapjes zijn
haalbaar en bieden
ruimte voor succes.

Erkenning en
herkenning helpt.

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- Korte teksten
- Personaliseerbaar op het gebied van drempels
- Aantrekkelijke vormgeving

Testen/ co-creëren

- Breed uitvragen
- Frisse blik

Verspreiden

- Nieuwsbrief
- Herhaling is kracht



Leerpunten

Ontwikkelen

- Het bouwen van een interactieve en personaliseerbare e-learning kost veel tijd
- Qua toegankelijkheid hebben we moeten zoeken naar een ander e-learningplatform dan wat we eerder gebruikten.

Testen/ co-creëren

- Diverse groep kost veel tijd
- Veel tijd voor inplannen

Verspreiden

- Hoe herhaling te realiseren terwijl er veel te melden is



“

Een interactief en veelzijdig e-learningplatform is een belangrijke succesfactor geweest

”

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

We hebben een jaarlijkse cyclus van onderhoud, doorontwikkeling en up-to-date houden van ons e-learningaanbod. De afdeling communicatie heeft de e-learnings toegevoegd aan de producten die regelmatig onder de aandacht gebracht worden richting de achterban.



Wat is het vervolg?

- De e-learnings worden actief gepromoot bij Diabetes LeefLabs.
- De e-learnings worden gepromoot in ons volgende ledenmagazine.
- De e-learnings worden onderdeel van de Database praktijkvoorbeelden



8: Tips

Wat zijn de belangrijkste tips die jullie andere patiëntenorganisaties willen meegeven?

1. Maak gebruik van de handreiking gedragsveranderingstechnieken voor effectieve online leefstijlcommunicatie.
2. Stimuleer mensen tot kleine, blijvende veranderingen zodat mensen die hun leefstijl willen veranderen succeservaringen op doen.



De gouden tip

**Maak gebruik van
ervaringsverhalen
voor erkenning en
herkenning.**